

COMMUNICATION A L'HEURE DU DIGITAL, EN PME

**DURÉE**

1 jour (7h)

**MODALITÉS**

En présentiel

**LIEU**

ITECH Lyon (87 chemin des Mouilles, 69130 Ecully)

**EFFECTIFS**

Minimum 5 participants / Maximum 10 participants

**PRÉREQUIS**

Niveau BAC

**ÉQUIPE PÉDAGOGIQUE**

Maureen MILET

**COÛT / PARTICIPANT**

815 €HT

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Réfléchir à sa stratégie de communication globale en PME Industrielle (print, site internet, réseaux sociaux, ...)

Mettre en place une communication en industrie (Quoi – Pour Qui – Comment – Quand)

Comprendre les basiques de la communication numérique : Webmarket, social médias, référencement

Connaître les outils digitaux «socles» pour déployer une communication digitale solide : site internet, emailing, réseaux sociaux, avis clients.

Comprendre le parcours client digitalisé pour adapter sa stratégie de communication.

Assimiler les particularités de la communication digitale.

Identifier les facteurs de succès d'une bonne visibilité digitale.

Définir le plan d'actions

Piloter l'agence ou l'équipe interne sur des actions digitales.

PUBLIC CONCERNÉ

Des collaborateurs non spécialistes de la communication qui doivent acquérir les bons réflexes pour répondre efficacement aux attentes des marchés en perpétuelle évolution.

Des équipes marketing juniors en charge de projets de développement.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Apports de concepts théoriques simples et concrets illustrés d'exemples. Mis en pratique directe sur un cas concret ou besoin de l'entreprise (ex : construction d'une page LinkedIn, ..) pour susciter les échanges entre participant.

ÉVALUATION

QCM en début et fin de formation

PROGRAMME DÉTAILLÉ

Réfléchir à sa stratégie de communication globale en PME Industrielle (salons, print, site internet, réseaux sociaux, ...)

- Mettre en place une communication en industrie (Quoi- Pour- Qui- Comment- Quand)
- Repréciser les cibles : où elles s'informent, comment on les capte, comment on les fidélise
- Comprendre le parcours client : à quelles étapes, l'entreprise est absente ou peu visible
- Définir les actions simples à mettre en place rapidement (efficacité / ressources internes / coût) et déterminer le plan pour les déployer.
- Identifier les actions plus lourdes à mettre en place et estimer le ur ROI pour pouvoir leur dédier un budget et un calendrier.
- Les réseaux sociaux : lesquels et pour quoi faire ?

UNE QUESTION ?

+33 (0)4 72 18 07 97 / +33 (0)4 72 18 95 45
formation.continue@itech.fr
www.itech.fr

DÉCOUVRIR LE CATALOGUE